# Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

Redaktion: Dr. Hans E. Mühlemann

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

Erscheint wöchentlich - Basel, den 21. April 1951 - 51. Jahrgang - Nr. 16


## Vom Tage

Mit einer Wucht sondergleichen hat sich der Stimmbürger am vergangenen Wochenende gegen die Verlockungen einer monetären Heilslehre ausgesprochen, die mit grosser Begeisterung von einer verhältnismässig kleinen Minderheit vertreten wird. Die Freigeldleute werden sich nach diesem Volksentscheid sagen müssen, dass sie auf lange Zeit hinaus kaum damit rechnen können, unser Volk für ihre Ideen zu gewinnen. Dass der Gegenvorschlag des Bundesrates angenommen wurde, unterstreicht den Willen unseres Volkes, an einer gesunden Währung festzuhalten, wenn schon die verhältnismässig grosse Minderheit, die sich gegen den Gegenentwurf aussprach, deutlich macht, dass man nicht überall der Politik der Nationalbank restloses Vertrauen entgegenbringt. Immerhin, die Würfel sind gefallen, und wir dürfen wohl sagen, der Entscheid ist in einer für die Zukunft unseres Landes gesunden Weise erfolgt.

*

Neben der eidgenössischen Volksabstimmung standen wohl im Vordergrund des politischen Interesses die zürcherischen Kantons- und Regierungsratswahlen. Es ist sonst nicht unsere Aufgabe, zu solchen Wahlen Stellung zu nehmen. Eine Ausnahme zu machen rechtfertigt sich auch nur deshalb, weil ja gerade im Kanton Zürich der Landesring der Unabhängigen eine ausserordentliche Rolle spielt. In bezug auf die Kantonsratswahlen ist es nicht uninteressant, festzustellen, dass der Landesring im Kanton Zürich seine Position gegenüber den letzten Kantonsratswahlen zwar etwas zu verstärken vermochte, dass er aber doch im ganzen nur drei neue Mandate zu gewinnen vermochte und als viertstärkste Partei mit 23 Mitgliedern im Kantonsrat vertreten sein wird. Im übrigen sind, politisch gesehen, im Kanton Zürich keine wesentlichen Aenderungen vor sich gegangen, wenn man davon absieht, dass auch hier die Partei der Arbeit praktisch eliminiert worden ist.

Zu einer interessanten Auseinandersetzung kam es in bezug auf eine Vakanz im Regierungsrat. Hier standen sich für den ausscheidenden demokratischen Magistraten drei Kandidaten gegenüber, ein Demokrat, ein Unabhängiger und der von einem überparteilichen Komitee portierte frühere Regierungsrat Heinrich Schnyder, der seinerzeit von der Migros «entdeckt» wurde und bis zur Spaltung des Landesrings im Jahre 1943 eine grosse Rolle in der Duttweilerschen Partei gespielt hatte. Zwar gelang es dem Landesring, den eigenen Kandidaten (Oberrichter Dr. Walter König) im ersten Wahlgang mit rund 48000 Stimmen durchzubringen, aber der überparteiliche Kandidat Schnyder erzielte immerhin nur etwa 5000 Stimmen weniger und darf seine Kandidatur mindestens als moralischen Erfolg buchen.

*

Im Mittelpunkt des politischen Interesses stand neben diesen Abstimmungen und Wahlen in den letzten Wochen die Frühjahrssession der eidgenössischen Räte, in der Aufgaben behandelt und abgeschlossen wurden, wie das neue Landwirtschaftsgesetz, die Rüstungs- und die dazu gehörige Deckungsvorlage. Wir möchten uns für heute darauf beschränken, in bezug auf die Deckungsvorlage, die bedauerlicherweise an den Bundesrat zurückgewiesen worden ist, nur festzustellen, dass wiederum das Parlament nicht gerade ein erhebendes Bild der Einigkeit geboten hat. Man stritt sich um die Getränkesteuer und um die Erhöhung der Wehrsteuer, wobei zum eigentlichen Stein des Anstosses vor allem die Getränkesteuer wurde, der wiederum eine scharfe Gegnerschaft seitens der Weinproduzenten erwuchs.

Schien es noch vor der Session möglich, wenigstens ungefähr 100 bis 110 Millionen Franken pro Jahr für die zusätzlichen Rüstungen aus neuen Einnahmen zu gewinnen, so ist auch das heute fraglich geworden, und der Bundesrat sieht sich neuerdings gezwungen, nach Finanzquellen zu suchen. Wir möchten nur hoffen, dass angesichts der Lage man trotz aller Schwierigkeiten zu einer Einigung gelange, in der Erkenntnis, dass heute nichts dringlicher ist, als eine wirkliche Zusammenarbeit derjenigen Kräfte unseres Staates, die diesen bejahen und, wie das in der Rüstungsvorlage, die im wesentlichen einstimmig angenommen worden ist, zum Ausdruck kam, auch zu verteidigen bereit und entschlossen sind!

M.

# Versicherungsanstalt schweiz. Konsumvereine (VASK)

Im Genossenschaftshaus Freidorf fand Samstag, den 7. April 1951, unter dem Vorsitz des Verwaltungspräsidenten *J. Dubach*, Luzern, die 43. ordentliche Delegiertenversammlung der VASK statt, zu der sich 108 Delegierte von Kollektivmitgliedern und Versicherten sowie 18 Verwaltungsmitglieder eingefunden hatten. Zur Behandlung standen das Protokoll der letzten Delegiertenversammlung, der Bericht über das Jahr 1950 mit Jahresrechnungen und Bilanzen per 31. Dezember 1950 und der Bericht der Kontrollstelle.

Vorgängig der Verhandlungen entschuldigte der Präsident O. Zellweger, Vizepräsident des Verwaltungsausschusses, der den Verhandlungen nicht beiwohnen konnte, da er zur Erholung von einer langen und schweren Krankheit im Süden unseres Landes weilt. Im Namen der Versammlung entbot J. Dubach dem bewährten Leiter und Förderer der Versicherungsanstalt die besten Wünsche zu einer baldigen und gänzlichen Genesung.

Zum Bericht sprach Prof. Dr. Max *Weber*, Präsident des Verwaltungsausschusses. Das abgelaufene Jahr war durch eine normale Entwicklung gekennzeichnet. Erstmals haben sich die getroffenen Reorganisations- und Sanierungsmassnahmen voll ausgewirkt. Die Neuwahl der Behörden ergab einen starken Wechsel, vor allem unter den Vertretern des versicherten Personals.

Der Bestand an Kollektivmitgliedern hat 1950 um 6 zugenommen. Allerdings handelt es sich eher um kleinere Vereine, welche insgesamt 17 Personen zur Versicherung anmeldeten. Der Hinterlassenenversicherung sind 5 Kollektivmitglieder neu beigetreten. Die Zahl der Aktivversicherten hat sich in der Invaliden- und Altersversicherung um 43 und in der Hinterlassenenversicherung um 151 vermehrt. Daraus ist ersichtlich, dass der Anschluss an die Hinterlassenenversicherung in vermehrtem Masse gesucht wird. Ende 1950 zählte die VASK 5765 versicherte Aktive. Ist dies auch bereits eine stattliche Zahl, so dürfen wir doch nicht ausser Acht lassen, dass nur ungefähr ⅓ des im V. S. K. und der ihm angeschlossenen Organisationen beschäftigten Personals bei der VASK versichert ist. Es sind in erster Linie finanzielle Erwägungen, welche viele Vereine bis heute von einem Beitritt zur VASK abgehalten haben. Diese Vereine entbinden sich aber damit nicht von der Verpflichtung, Familien, welche infolge Tod oder Arbeitsunfähigkeit des Angestellten in Not geraten, beizustehen und können deshalb in eine schwierige Lage geraten.

Der Verlauf der versicherten Ereignisse hat sich während des Berichtsjahres wiederum im Rahmen der Erwartungen gehalten. Die Zahl der Pensionierten ist um 44 auf 1052 angestiegen. 439 Witwen und Waisen erhalten Hinterlassenenrenten ausbezahlt, also 22 mehr als vor Jahresfrist. Prof. Weber ergänzte die Berichtszahlen durch einige interessante Vergleiche. In den zehn Jahren von 1930 bis 1940 hat der Versichertenbestand um 24% zugenommen, der Bestand an Pensionierten jedoch um 103%. Von 1940 bis 1950 ist bei der Zahl der Versicherten eine Zunahme von 21,5% festzustellen und bei der Zahl der Pensionierten eine solche um 52,5% 1930 wies die Kasse gemessen am Aktivbestand 12,6%, 1940 20% und 1950 25,9% Rentenbezüger auf. Aus diesen Zahlen zeichnet sich eine allmähliche Zunahme des Durchschnittsalters der VASK-Versicherten ab, was allerdings zur Hauptsache darauf zurückzuführen ist, dass früher vorwiegend jüngere Angestellte zur Versicherung gemeldet wurden, während die älteren zahlenmässig noch schwach vertreten waren. Das Durchschnittsalter aller Versicherten betrug zum Beispiel im Gründungsjahre 1909 27,3 Jahre, stieg dann bis 1939 auf 37,7 Jahre und betrug Ende 1950 40,3 Jahre.

Aufschlussreich ist auch ein Vergleich der durchschnittlich versicherten Lohnsummen der Jahre 1940 und 1950. 1940 waren durchschnittlich pro Person 4438 Franken versichert, Ende 1950 dagegen 6306 Franken, was einer Zunahme um 42% gleichkommt. Die versicherte Lohnsumme ist somit nicht allzu stark im Rückstand geblieben.

Zu den Jahresrechnungen und Bilanzen übergehend erinnerte der Referent kurz daran, dass der § 37 nur eine getrennte Rechnungsführung für Männer und Frauen vorschreibt, da die Tarife für die Invaliden-, Alters-, Sterbegeld- und Hinterlassenenversicherung der Männer auf einem technischen Zinsfuss von 3% berechnet sind, während die Tarife der Invaliden-, Alters- und Sterbegeldversicherung der Frauen auf einem technischen Zinsfuss von 3½% fussen und ferner weil in der Frauenversicherung eine Nachschusspflicht der Kollektivmitglieder für den Fall einer Zunahme des versicherungstechnischen Defizites vorgesehen ist. Das Ergebnis der Jahresrechnung kann als günstig bezeichnet werden. Der erzielte Rechnungsüberschuss von Fr. 693 479.81 lässt weitere Abschreibungen am Barwert der Mutationsgewinne und am versicherungstechnischen Defizit im ungefähr gleichen Ausmass wie im Vorjahr zu und gestattet zudem die Errichtung eines Ausgleichsfonds für die Frauenversicherung mit Fr. 50 000.—. Am Barwert der Mutationsgewinne und am Fehlbetrag konnten somit in den beiden ersten Jahren nach der Sanierung bereits 10% abgeschrieben werden.

Das Vermögen der VASK hat sich 1950 wie im Vorjahr wiederum zu 3,5% verzinst, nicht zuletzt dank dem Entgegenkommen der Genossenschaftlichen Zentralbank, welche trotz sinkender Tendenz der Zinse im ersten Halbjahr auf den Depositengeldern nahezu 3,5% Zins gewährte. Infolge der heute wieder zunehmenden Verknappung auf dem Kapitalmarkt hat sich der Zins wieder etwas stabilisiert und es ist damit zu rechnen, dass diese feste Tendenz noch einige Zeit anhält. Prof. Weber äusserte sich hierauf noch kurz zum Wertschriftenbestand und wies dann auf die ausserordentlich niedrigen Verwaltungskosten der VASK hin. Es ist dies eine Folge der vorgenommenen Betriebsrationalisierung. Von den niedrigen Verwaltungskosten hatte die VASK zudem nicht einmal die Hälfte selbst zu tragen, da der V. S. K. über 30 000 Franken auf seine Rechnung übernahm.

Die Versicherungsanstalt steht heute zweifellos wieder auf gesunder Grundlage. Der noch bestehende Fehlbetrag muss uns nicht beängstigen, denn wir können heute hoffen, dass die VASK aus eigener Kraft die allmähliche Abtragung des Defizites wird vornehmen können. Was die Zukunft bringt, können wir allerdings nicht wissen, und wir werden die Entwicklung unserer Kasse stets äusserst wachsam verfolgen müssen.

Es wäre auch falsch, wenn man, gestützt auf die günstigen Jahresabschlüsse, die Meinung aufkommen lassen wollte, Anpassung und Sanierung seien zu voreilig vorgenommen worden. Mit der Anpassung hätte man nicht

länger zuwarten und mit den alten Tarifen auch nicht weiterarbeiten dürfen. Wir wollen uns vielmehr darüber freuen, dass sich die getroffenen Sanierungsmassnahmen als ausreichend erweisen und dies voraussichtlich auch in den nächsten Jahren tun werden.

Nach diesem mit Beifall aufgenommenen Referat genehmigte die Versammlung nach kurzer Durchberatung Jahresbericht mit Jahresrechnungen und Bilanzen einstimmig und erteilte der Verwaltung Décharge.

*E. Zulauf*, Vizepräsident der Verwaltung, wies darauf hin, dass wohl allseitig mit grosser Spannung dem Jahresergebnis entgegengesehen wurde und dass sicher viele angesichts des guten Resultates erleichtert aufatmen. Er selbst stellte mit Freude fest, dass in der Entwicklung der VASK keine Stagnation eintrat, der Zins nicht zurückging, und schliesslich sowohl bei den Männern wie bei den Frauen ansehnliche Ueberschüsse erzielt werden konnten. E. Zulauf möchte noch einmal die Gelegenheit benützen, den Ausschuss und vor allem O. Zellweger zu dem zielbewussten und erfolgreichen Vorgehen zu beglückwünschen und allen Beteiligten für die geleistete Arbeit zu danken.

Nach diesem Votum konnte Präsident Dubach die Versammlung schliessen. W. J.

*Wir sprechen uns aus:*

## Rückvergütung und aktive Preispolitik

I.

Ob wir die Rückvergütung eher reduzieren und dafür den Mitgliedern noch mehr Vorteile auf der Preisseite gewähren sollen? Hier gibt es, wie wir alle wissen, kein einheitliches Rezept. Es kommt auf die örtlichen Verhältnisse an. Eine Genossenschaft, die jahrzehntelang eine hohe Rückvergütung ausbezahlt und diesen Vorteil immer wieder als Propagandamittel ersten Ranges verwendet hat, wird heute sicher schwer haben, nun auf einmal etwa ihr Heil in der Preisherabsetzung und Rückvergütungssenkung zu suchen. Ich halte dafür, dass die grosse Mehrheit unserer Mitglieder die Ausrichtung einer ins Gewicht fallenden Rückvergütung sehr begrüsst und manchmal lieber einen Rappen mehr bezahlt, als auf ein Prozent Rückvergütung verzichten zu müssen.

Eine Genossenschaft, die gut fundiert ist und über eine leistungsfähige Betriebsorganisation verfügt, dürfte auch heute noch den Mitgliedern am besten dienen, wenn sie eine Rückvergütung von nicht weniger als 8% ausrichtet. Acht oder neun Prozent bewegen sich in einer Grössenordnung, die als «interessant» bezeichnet werden muss. Das Mitglied kann stets ermitteln, was es beim Einkauf bei der Genossenschaft erspart. Wenn aber die Rückvergütung gesenkt wird, ist es fraglich, ob es erkennt, dass der teilweise Verlust der Rückvergütung durch billigere Preise ausgeglichen wird. Ich vermute, dass das Mitglied den «Verlust» durch die Rückvergütungssenkung höher einschätzen wird. Die Rückvergütung bildet nun einmal für viele Haushaltungen fast die einzige Sparmöglichkeit.

Wo die Rückvergütung nur einmal im Jahr gesamthaft ausbezahlt wird, hat das Mitglied Gelegenheit, besondere Wünsche zu erfüllen oder längst fällige Bedürfnisse zu decken. Wenn es auch da und dort einige Rappen weniger für die Ware bezahlt hätte, so *wäre diese Ersparnis in der Höhe der Rückvergütung doch nicht gemacht worden* und auch nicht mehr vorhanden. Ich glaube daher, dass wir an einer Rückvergütung von 8 bis 9% festhalten sollten. Dabei können unsere Vereine *trotzdem noch eine aktive Preispolitik* betreiben, sofern den Betrieben tüchtige Leute vorstehen und die Genossenschaft nicht durch zu hohe Bauaufwendungen oder zu teure Betriebsorganisation in ihrer Leistungsfähigkeit behindert wird.

Wenn wir den Gründen nachgehen, die bei einzelnen Genossenschaften dazu geführt haben, die Rückvergütungssätze tief zu halten oder zu senken, so zeigt sich, dass die Betriebsrechnung die Ausrichtung einer höheren Rückvergütung einfach nicht erlaubte. Hat es nicht schon Genossenschaften gegeben, die durch mangelnde Initiative oder unrichtige Geschäftsführung den Ausgleich — um bestehen zu können — dadurch suchten, dass sie die Rückvergütung senkten? Wir sollten daher daran festhalten, dass es möglich ist, eine Rückvergütung von 8 bis 9% auszurichten, ohne dadurch die Konkurrenzfähigkeit zu verlieren und die Dotierung der Reserven einzustellen.

Bedenken wir auch, dass wir eine grosse Anzahl Artikel führen, bei denen die Preise vorgeschrieben sind. (Teigwaren, Konserven, Suppenartikel, Rauchwaren und viele andere Lebens- und Genussmittel.) Wenn wir die Rückvergütung reduzieren oder tief halten, so hat der Konsument kein grosses Interesse mehr, die meisten Markenartikel bei uns zu kaufen, weil wir dann doch nicht viel mehr bieten könnten als jedes Rabattgeschäft. Bei den Spezialartikeln, wie Textil-, Schuh- und Haushaltwaren, können wir die Leistungsfähigkeit wegen einer Preissenkung von 1 bis 2% nicht besser dokumentieren als heute. Wenn wir aber auf diese Waren eine ins Gewicht fallende Rückvergütung ausrichten, wird die Mitgliedschaft unsere Leistung nach wie vor anerkennen. Ich halte deshalb dafür, dass wir an einer Rückvergütung von 8 bis 9% festhalten oder eine solche anstreben sollten. Angesichts der steuerlichen Belastungen geht es aber vielleicht doch zu weit, wenn noch 10 und mehr Prozent Rückvergütung ausgerichtet werden. O. H.

*

Diese Frage könnte für Schweizer Verhältnisse wohl am besten beantwortet werden durch eine Untersuchung, ob speziell in Krisenzeiten mit kleinerem Arbeitseinkommen der Zuspruch bei den Konsumvereinen durch die bisherige Praxis (Tagespreis mit ca. 7—8% Rückvergütung) gelitten hat, oder ob nicht im Gegenteil diese Praxis begrüsst worden ist, damit noch etwas gespart werden konnte für grössere Anschaffungen. Die Kernfrage ist ja die: Sind die Mitglieder bereit, einen momentan etwas höheren Preis zu zahlen als notwendigerweise gefordert werden müsste, um sich für später ein Anrecht auf Rückerstattung des zu hohen Teiles der Warenpreise zu erwerben?

Es sei aller Diskussion das vorausgeschickt: Die Schweizer Genossenschafterin schätzt die Rückvergütung. Sie versteht auszurechnen, dass durch die Rückvergütung ihr Haushaltungsbudget nur gewinnt, weil sie am Ende des Jahres eine Summe erübrigt hat, welche ihr sonst nicht mehr zur Verfügung stünde. Auch der besorgte Familienvater kennt oft die Rückvergütung als einzige Möglichkeit für seine Familie, Geld auf die Seite zu legen. Wir haben kleine und mittlere Genossenschaften, in denen ein Drittel bis die Hälfte der Mitglieder einen Teil ihres Rückvergütungsanspruches auf ihr Mitgliederguthabenbüchlein eintragen lassen, um für kranke Tage, für das Alter oder für die Ausbildung der Kinder vorzusorgen. Diese Wertschätzung des Rückvergütungsgeldes darf sicher in Zusammenhang gebracht werden mit dem *gesunden Sparwillen* der Schweizer Bevölkerung.

Von seiten der Mitglieder haben wir also nach meiner Erfahrung keinen Vorstoss zu erwarten, welcher in der Richtung geht, die Preise sollten gesenkt werden auf Kosten der Rückvergütung. Ich spreche hier allerdings nur von Verhältnissen, wo die Preise konkurrenzfähig sind und nicht etwa hoch angesetzt werden mussten wegen einer Rückvergütung, die den Landesdurchschnitt von etwa 7—8% übersteigt.

Nun die Frage: Können wir den Mitgliedern einen effektiv billigeren Wareneinkauf bieten durch Senkung von Warenpreis und Rückvergütung? Solange der Nettopreis nicht tiefer wird, gewiss nicht! Die Senkung der Bruttopreise einerseits und der Rückvergütung anderseits — im gleichen Verhältnis wohlverstanden — bringt demnach keinen Vorteil für die Mitglieder in der Warenversorgung. Die Senkung der Nettopreise muss also durch andere Momente herbeigeführt werden. Lassen wir nicht ausser Acht: Der Schweizer ist für ein gesundes Sparen eingenommen, und dazu scheint ihm die Rückvergütung ein geeignetes Mittel zu sein.

Die Erfolge der Nettopreisgeschäfte sind bei genauer Beurteilung gewiss nicht nur dem billigen Preis zuzuschreiben. Ich beurteile diese Frage so: Lässt sich durch Abweichen von der jetzt bei uns üblichen Kalkulation (Senkung der Verkaufspreise und Senkung der Rückvergütung) keine Senkung des Nettopreises herbeiführen, so haben unsere Mitglieder nichts gewonnen und die Konkurrenz hätte auch keine Ursache zu einer Aenderung in Ihrer Preisgestaltung.

Ein Aspekt allerdings liesse eine Reduktion der Rückvergütung von zum Beispiel 8 auf 5% als zweckmässig erscheinen: die heutige steuerliche Belastung der Rückvergütung. Es wäre den Konsumvereinen möglich, die steuerliche Belastung zu vermeiden, wenn sie ihre Verkaufspreise im erwähnten Falle generell um 3% senken würden, wodurch dem Genossenschaftshaushalt daraus die Steuern auf der Rückvergütung erspart blieben, was der Mitgliedschaft wieder in irgendeiner Art zugute käme.

Wir müssen die Bevölkerung auf andere Weise auf unsere Genossenschaften aufmerksam machen als mit durchwegs billigen Kampfpreisen, nämlich:

1. durch den Hinweis auf die Sparmöglichkeit mit der Rückvergütung;
2. durch gediegene und aufmerksame Bedienung;
3. durch Lebendigkeit in der Geschäftsführung;
4. durch geschickte Propaganda.

J. W.

## CWS-Umsatz 1950

Der Umsatz der englischen Grosseinkaufsgesellschaft (Co-operative Wholesale Society — CWS) betrug im abgelaufenen Jahre *321,6 Millionen* £ gegenüber 291,2 Millionen £ im vorangegangenen Jahre. Das bedeutet eine Vermehrung um 30,4 Millionen £ oder 10,6%. Pro Woche erreichte der Umsatz 1950 6,2 Millionen £ gegenüber 5,5 Millionen £ im vorangegangenen Jahr, was einer Erhöhung um 12,5% entspricht (die prozentuale Erhöhung pro Woche ist deshalb grösser, weil das Jahr 1949 53 Wochen umfasste gegenüber nur 52 im Jahre 1950).

Die Lieferungen aus den eigenen Betrieben beliefen sich auf 95,5 Millionen £ und wiesen gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung um 6,1 Millionen £ aus, was 6,75% entspricht. Zu diesem Umsatz kommen 3,5 Millionen £ Lieferungen aus Betrieben, die vollständig im Besitz der CWS stehen und Lieferungen im Betrage von 8,9 Millionen £ aus Fabriken, an welchen die CWS beteiligt ist.

Im ganzen zeigt das Jahr 1950 für die englische Grosseinkaufsgesellschaft einen erfreulichen Fortschritt, ist es doch das erstemal, dass der Umsatz die 300-Millionen-Grenze überschritten hat.

Wenn wir den Betrag von 321 Millionen £ auf Schweizer Franken umrechnen wollen, so ergäbe das einen Umsatz der CWS von gegen 4 Milliarden Schweizer Franken (1 £ = Fr. 12.35). Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass das englische Pfund seinerzeit abgewertet worden ist und sein Wert von rund 17 Franken auf etwas über 12 Franken sank, so dass der Betrag eher höher als auf 4 Millionen Franken zu veranschlagen wäre.

*

Dass übrigens unsere schweizerische Genossenschaftsbewegung, wenn man sie mit der englischen vergleicht, nicht ganz so schlecht abschneidet, ergibt sich daraus, dass der V. S. K.-Umsatz für das abgelaufene Jahr die Summe von nahezu 500 Millionen Franken erreicht hat und rund einen Achtel des Umsatzes der CWS ausmacht. Auch wenn man berücksichtigt, dass umgerechnete Schweizer Franken wie gesagt nicht so ohne weiteres verglichen werden können mit effektiv in der Schweiz ausgegebenen und eingenommenen Franken, so bleibt doch zu bedenken, dass England wesentlich mehr als 32 Millionen Einwohner zählt — es dürften heute rund 45 Millionen sein. Dennoch — und wenn man eine indexberichtigte Umrechnung vornimmt — ist heute noch die englische Genossenschaftsbewegung, wie das im Umsatz der CWS zum Ausdruck kommt, wohl noch immer etwas stärker als die schweizerische, die aber immerhin mit zu den bestgefügten der Welt zählt. -n.

## Die Genossenschaftsarbeit in den arabischen Dörfern

Seit zwei Jahren bemüht sich die Abteilung der Histadruth (Gewerkschaft) für arabische Angelegenheiten, das Lebensniveau der arabischen Dörfer in Galiläa, das im allgemeinen noch sehr tiefstehend ist, zu heben. Der grösste Teil des Bodens befindet sich hier in den Händen einiger Grossgrundbesitzer, während die Bauern kleine Grundstücke bewirtschaften, bei anderen als Taglöhner arbeiten oder den Boden in Pacht haben und als Zins einen Teil der Ernte abliefern.

Bis vor etwa zwei Jahren herrschte in diesen Dörfern bezüglich des Verkaufs der Agrarprodukte ein Wirrwarr. Bald brachten die Bauern selbst die Früchte in die Stadt, bald gingen die Händler aufs Land hinaus, um die Produkte aufzukaufen. Es kam auch vor, dass einer der reicheren Landwirte die Gesamternte aufkaufte, um sie dann mit Profit zu verkaufen. Die Organisierung des Ernteverkaufs erschien der Histadruth von doppeltem Wert: Sie bedeutete einen Schritt zur Verbesserung der Lebensbedingungen und gleichzeitig ein Hilfsmittel, um die Bebauungsmethoden zu vervollkommnen.

Die Organe der Histadruth begannen also in den arabischen Dörfern lokale Genossenschaften für den Verkauf von Landesprodukten zu organisieren. Die letztern gründeten ihrerseits eine Zentralgenossenschaft mit der Aufgabe, die Produkte zu sammeln und sie zu verkaufen.

Zunächst stiess man auf Schwierigkeiten seitens der Bauern, welchen die Genossenschaftsidee überhaupt fremd war und die sich auch der Regelung der im ganzen Lande geltenden Preise nicht fügen mochten. Die reichen Landwirte ihrerseits, die bis dahin den Wiederverkauf der Agrarprodukte inne hatten, sahen nicht gern, dass ihnen ein Profit entging. Dennoch beginnen die Anstrengungen der Histadruth Früchte zu tragen. In Galiläa gibt es jetzt 21 Genossenschaften, deren Mitglieder insgesamt 350 000 Dunam (35 000 ha) bearbeiten. Im Laufe des letzten Sommers hat der Verkauf ihrer Produkte 300 000 IL (israelische Pfund) eingebracht. Die Genossenschaftszentrale, der auch zehn Genossenschaften von Tabakpflanzern angeschlossen sind, wird seit kurzem von einem Rat gelenkt, der aus Wahlen der Lokalgenossenschaften hervorging. Fast unmittelbar nach seiner Wahl hatte dieser Rat eine Besprechung mit einem Vertreter des Ministeriums für Landwirtschaft und mit Mitgliedern der parlamentarischen Kommission für Wirtschaftsangelegenheiten.

Dank der Ermutigung durch die Histadruth sind in letzter Zeit in den arabischen Dörfern auch Konsumgenossenschaften ins Leben getreten. Obschon für Agrarprodukte gegenwärtig günstige Preise erzielt werden, sind die arabischen Bauern wenig geneigt, ihren Gewinn dazu zu verwenden, um ihr Lebens- (Kultur)-Niveau zu heben und die Arbeitsmethoden in der Landwirtschaft zu verbessern. Die Abteilung der Histadruth für arabische Angelegenheiten hofft indessen, dass die Konsumgenossenschaften auch eine erzieherische Wirkung in der Richtung ausüben werden, dass sie die arabische Bevölkerung mit ihr bis jetzt unbekannten Artikeln für Haushalt und Küche, sowie mit verschiedenen Werkzeugen, Sämereien usw. bekannt machen werden.

Die erwähnten Genossenschaften sowie mehrere Kreditgenossenschaften geniessen die finanzielle Unterstützung der Histadruth mittels einer zu diesem Zwecke geschaffenen Gesellschaft, genannt Fonds für Arbeiter und Bauern, welche über ein Kapital von 100 000 IL verfügt.

Die arabische Genossenschaftsbewegung als Ganzes umfasst rund 45 000 Mitglieder. Alle bestehenden Genossenschaften haben sich kürzlich einer Zentralgesellschaft für Rechnungsrevisionen, die ihrerseits auch als Genossenschaft eingetragen ist, angeschlossen, welche ihre Finanzen kontrollieren muss und ihnen auf einen Weg zur rationellen Wirtschaftsführung verhelfen soll.

«Israel au Travail»
Aus dem Französischen übersetzt von Maria Aspis

## Herr Alt-Ständerat Dr. Iten und die Monopolgesetzgebung

Vor einiger Zeit hat der Präsident des Schweiz. Detaillistenverbandes, Alt-Ständerat Dr. *Iten*, in einem begreiflicherweise gerade in Gewerbekreisen beachteten Referat — wie uns scheinen will — etwas merkwürdige Gedanken über eine schweizerische Monopolgesetzgebung geäussert, die, grob gesagt, ungefähr darauf hinauslaufen, dass die Grossunternehmungen des Detailhandels so ziemlich restlos als Monopolunternehmungen auf Grund eines neu zu schaffenden Gesetzes zugunsten des mittelständischen Detailhandels «abzutreten» oder doch mindestens ihre Tätigkeit wesentlich einzuschränken hätten. Er verlangte unter anderem die Aufrechterhaltung, bzw. Wiederherstellung der horizontalen Gliederung der Wirtschaft, die Trennung der Unternehmungen nach Funktionen, die Kapitalbegrenzung für die Tätigkeit im Detailhandel und die Wiederherstellung der Leistungs- und Konditionengleichheit.

Diese Ausführungen haben den Ordinarius für praktische Nationalökonomie an der Universität Genf, Prof. Dr. Fritz *Marbach*, herausgefordert, der in trefflicher Art in Nr. 14 der «Schweiz. Metall- und Uhrenarbeiter-Zeitung» zu diesen Forderungen Stellung nahm. Nach der Meinung von Prof. Marbach, wie sie im erwähnten Artikel zum Ausdruck kommt, scheint Dr. Iten «der Ansicht zu sein, dass die Monopolgesetzgebung vor allem die Rückbildung der Detailhandelsstruktur auf das jede Vertikalkombination ausschliessende Klein- und Mittelgeschäft» erreichen sollte.

Zweck und Ziel einer Monopolgesetzgebung kann aber nur sein, den *Missbrauch* wirtschaftlicher Machtstellung zu verhindern oder doch wenigstens gebührend zu bestrafen. Etwas anderes ist nach der Ansicht von Prof. Marbach verfassungsrechtlich nicht möglich. Dr. Iten möchte aber offensichtlich vor allem die Grossunternehmungen des Detailhandels treffen und verlangt aus diesem Grunde Kapitalbeschränkung für die Tätigkeit im Detailhandel, Trennung nach Funktionen und Wiederherstellung der Horizontalgliederung. Das heisst «Beschränkung jeder Entwicklung von Detailhandelsfirmen über ein bestimmtes Grössenmass hinaus, eventuell sogar

Aufgliederung, ja sogar Zerschlagung eines Teils der Warenhäuser, der Kaufhäuser, der Grossfilial- und Grosspezialgeschäfte. Auch die Migros und der Verband schweiz. Konsumvereine oder ein einzelner Konsumverein von der Grösse und Gediegenheit etwa des ACV beider Basel würden unmöglich.

**Was das für die Kosten der Lebenshaltung zu bedeuten hätte, ist an den Fingern abzuzählen.»** (Von uns hervorgehoben. Red.)

Prof. Marbach vertritt dann die Ansicht, man dürfe in der Schweiz nicht vergessen, dass dem Handel die Aufgabe zufalle, die Produkte menschlicher Arbeit *möglichst billig, rasch und sauber vom Herstellungs- zum Verbrauchsort zu bringen.* Ohne die Grossgeschäfte des Detailhandels würde die Schweiz wohl wesentlich höhere Lebenshaltungskosten aufweisen, als das heute der Fall ist. Zudem scheint es Prof. Marbach fraglich, ob diese «Segmentierung» der Detailhandels-Grossgeschäfte für die mittelständische Gliederung der Gesellschaft von Vorteil wäre. «Ich vermute nicht nur, sondern ich weiss, dass viele Angestellte grosser Detailhandelsfirmen (man denke an Rayonchefs, Filialleiter, Konsumverwalter und andere gradierte Angestellte grosser Detailhandelsunternehmungen) sich weit gehobener und damit wohl auch mittelständischer fühlen als manche wirkliche oder vermeintliche Selbständige, die der notwendigen Durchschnittsleistung aus subjektiven und objektiven Gründen (zum Beispiel schlechter Standort) nicht gewachsen sind.»

Dr. Iten macht aus dem Problem einer schweizerischen Antimonopolgesetzgebung eine Angelegenheit der vollständigen Strukturänderung der schweizerischen Wirtschaft, würde doch die Wiederherstellung der Horizontalgliederung u. a. bedeuten, dass der Einbezug verschiedener Herstellungs- und Verteilungsstufen unter dem Dach ein und derselben Unternehmung untersagt werden müsste.

**«Der V. S. K. dürfte keine Produktionsunternehmungen mehr in sich schliessen. Er müsste sogar seine landwirtschaftlichen Güter aufgeben.»** (Von uns hervorgehoben Red.)

Das und die entsprechende Aufgliederung anderer Grossunternehmungen, auf die Prof. Marbach weiter hinweist, «würde genügen, um die Leistungsfähigkeit unserer Wirtschaft um entscheidende Grade zu vermindern. Ein Monopolgesetz kann nur den Sinn haben, die Anbieter-Konkurrenten und die Konsumenten vor dem Missbrauch wirtschaftlicher Macht zu schützen, *niemals aber den Sinn, die Leistungskonkurrenz zu beeinträchtigen.*» (Von uns hervorgehoben.)

Eine solche Politik wie sie Dr. Iten vertritt, müsste nach der Ansicht von Prof. Marbach auf eine erneute Teuerung hinauslaufen, so dass der «letzte Konsument» ihr unmöglich zustimmen könnte.

*

Soweit die Ausführungen von Prof. Dr. F. Marbach, denen wir nur beistimmen können und die wieder einmal so richtig zeigen, auf was unsere schweizerischen Gewerbekreise eigentlich hinstreben. Zwar verkünden sie immer und immer wieder ihren Willen, sich selber zu helfen, zeihen vornehmlich auch unsere Bewegung der Absicht, die Verstaatlichung zu fördern, scheuen sich dann aber ihrerseits nicht, gerade das zu tun, was sie den andern vorwerfen. Der Staat soll dazu gut genug sein — wobei auch verfassungswidrige Wege ins Auge gefasst werden — dem Mittelstand zu helfen, ihn von der angeblich drohenden «Grosskonkurrenz» zu befreien, um dann — offenbar um so ungehemmter vom Konsumenten profitieren zu können, statt diesem zu dienen.

Derartige Ausführungen zeigen, wessen wir uns beim wirtschaftlichen Gegner zu versehen haben, der scheinbar noch immer nicht eingesehen hat, dass einzig die Leistung in der Wirtschaft zu entscheiden hat und dass, wenn der private Handel sich auch weiterhin entwickeln will, er das nur tun kann, wenn er bereit ist, in loyaler Konkurrenz mit den Konsumgenossenschaften sich anzustrengen und Bestes zu leisten! -nn.

## Der Mensch lebt nicht vom Brot allein

Diese Erkenntnis ist weder neu noch unbekannt. Sie ist aber trotzdem nicht weniger wahr und hat schon in den Anfängen der Genossenschaftsbewegung ihre volle Bestätigung gefunden. Die Genossenschaften bemühten sich von allem Anfang an, ihre Mitglieder nicht nur mit guten Waren zu gerechtem Preis zu versorgen, sondern sie kümmerten sich je und je auch um deren kulturelle Förderung. Dass dabei freilich die Konsumgenossenschaft als Wirtschaftsunternehmen im Laufe der Zeit sich mehr und mehr mit den dringlichsten Bedürfnissen des Konsumenten beschäftigte, verwundert nicht, wenn man die letzten 50 oder 100 Jahre rückschauend überblickt und sich dabei Rechenschaft geben muss, dass der «Kampf ums tägliche Brot» recht oft das Streben nach höheren Gütern, wenn nicht verunmöglichte, so doch erschwerte.

Dieser Entwicklung Rechnung tragend, sind vornehmlich auch in den zwanziger Jahren eigene Organisationen ins Leben gerufen worden, die das Ziel verfolgen, den Menschen allein kulturelle Güter zu vermitteln. Zu ihnen gehört zweifellos auch die *Büchergilde Gutenberg*, von der wir in unsern Spalten schon mehrfach Gelegenheit hatten zu sprechen. Wenn wir heute auf dieses genossenschaftliche Buchproduktions- und -vermittlungsunternehmen hinweisen, so geschieht es im Zusammenhang mit dem soeben erschienenen Jahresbericht der Büchergilde, dem wir einige auch unsere Leser interessierende Angaben entnehmen möchten.

Das Jahr 1950 hat der Büchergilde wiederum einen Rückgang im Mitgliederbestand, der aber immer noch 100 000 beträgt, gebracht. Buchgemeinschaften wie sie die Büchergilde darstellt, haben in der Regel Austritte von 30 bis 50% nach einem einjährigen Abonnement als beinahe normal zu betrachten. Das gilt bei der Büchergilde, bei der diese durchschnittlichen Austritte lediglich 10 bis 15% des Mitgliederbestandes ausmachen, nicht im selben Masse.

Was den Bücherverkauf anbetrifft, so erreichte er pro Mitglied, unter Berücksichtigung der Prämienbücher, 5,11 Bücher mit einem Wert von Fr. 36.08. «Im Landesdurchschnitt wurde der Pflichtbezug — vier Bücher pro Jahr und Mitglied — zu 113,9% erfüllt.» Mit dem Ausland konnten verschiedentlich neue Beziehungen angeknüpft werden, wobei vor allem auch versucht wurde, die Verlagsrechte der Büchergilde im Ausland durch den Abschluss von Uebersetzungs- und Lizenzverträgen auszuwerten.

Im Jahre 1950 sind bei der Büchergilde insgesamt 507 Manuskripte und Bücher zur Prüfung eingereicht

worden, wovon 465 allgemeiner Natur, 39 Jugendbücher und drei der Reihe «Forschung und Leben».

Was die Jahresrechnung betrifft, so sind die verfügbaren Zahlungsmittel um 35 000 auf 182 000 Franken angestiegen. Debitoren und Vorschüsse haben sich um 64 000 auf etwas über 311 000 Franken vermindert. Kreditoren sind um 20 000 auf 383 000 Franken und langfristige Schulden um 127 000 auf 323 000 zurückgegangen. Das Anteilscheinkapital erhöhte sich um rund 100 000 auf 375 000 Franken, während der Aufwand für die Bücherproduktion um 255 000 Franken kleiner war als im Vorjahr. Der Wertumsatz betrug 3 510 000 Franken, die Betriebskosten verminderten sich dabei um gegen 188 000 auf 1 577 000 Franken.

Im ganzen kann die Büchergilde Gutenberg auf ein befriedigendes Geschäftsjahr hinweisen, und es darf gesagt werden, dass sie ihren Mitgliedern wiederum gute Dienste geleistet hat. Wenn man bedenkt, was es bedeutet, das gute Buch an Kreise heranzubringen, die früher von diesem deshalb kaum berührt wurden, weil die Sorge ums tägliche Brot und die hohen Buchpreise sie daran hinderten, so kann die Tätigkeit dieser genossenschaftlichen Unternehmung nicht hoch genug eingeschätzt werden.

Dass ein solches Unternehmen nicht eitel Freunde besitzt, ist verständlich, wobei immerhin zu erwarten wäre, dass man auch bei einem Gegner sich etwas vermehrter Objektivität bedienen würde! M.

## Vor neuen Erfolgen der Ernährungschemie?

Der nächste grosse Erfolg der Ernährungswissenschaft werde die Beseitigung der Zuckerkrankheit, der Arterienverkalkung, der Herzleiden und einiger anderer Krankheiten sein, erklärte der Chemiker und Leiter der Nutrition Foundation in New York vor kurzem vor der Amerikanischen Chemischen Gesellschaft. Der Vortragende wies darauf hin, dass Rachitis, Pellagra und Skorbut heute bereits praktisch verschwunden sind. Kropf, ernährungsbedingte Blutarmut und Zahnfäule kämen allerdings noch vor, aber sie sind dank wissenschaftlich-technischer Erkenntnisse und praktischer Massnahmen in ständigem Rückgang begriffen.

Milch mit Vitamin-D-Zusatz, jodiertes Kochsalz, Vollkornbrot, der reichliche Genuss von Orangen und Zitronen, tiefgekühltes Gemüse und fluoriertes Trinkwasser zählte Dr. King als wesentliche Faktoren für die Verbesserung des allgemeinen Gesundheitszustandes auf. «Die nächsten grossen Fortschritte werden sich auf eine höhere Ebene der Ernährung erstrecken», erklärte er, «sie werden mehr Schutz vor frühzeitigem Altern, Fettleibigkeit, Zuckerkrankheit, Arterienverkalkung und Herzschwäche bieten.»

«Wenn es dem Laien auch erscheinen mag, als gäbe es für die Wissenschaft kein Geheimnis über die Zusammensetzung der Nahrungsmittel mehr, so ist unsere Kenntnis dieser Dinge doch noch ziemlich begrenzt», fuhr Dr. King fort, «und vor allem wissen wir noch wenig über die Rolle, die den einzelnen Nährstoffen im Innern des Organismus zufällt.» Er führte als Beispiel die natürliche Eiweissnahrung tierischen Ursprungs — Leber, Milch, Fleisch, Eier — an, die einige wesentliche bis jetzt noch nicht identifizierte Grundbestandteile enthält. Wieviele Vitamine noch unbekannt sind, lässt sich auf Grund der bisherigen Versuche noch nicht sagen, mindestens harren jedoch noch zwei, vielleicht vier bis fünf solcher Verbindungen ihrer Entdeckung.»

## Aus der Tätigkeit des Laboratoriums V. S. K. im Jahre 1950

### Zucker

Jedes Jahr werden uns von den Vereinen Zuckermuster zugestellt, welche mit grösseren oder kleineren Mengen Kochsalz verunreinigt sind. Im letzten Jahr war darunter auch Zucker mit 6,8% Kristallsoda. Derartige Verunreinigungen sind fast ausnahmslos auf Versehen in den Haushaltungen oder im Laden zurückzuführen und sind Zeichen einer mangelhaften Ordnung.

### Solubilisierter Kakao

Eine Sendung solubilisierten Kakaos musste beanstandet und zurückgewiesen werden. Die zur Solubilisierung verwendete Menge Kaliumkarbonat war stark überdosiert worden. Der Kakao erhielt dadurch eine sehr dunkle Farbe, einen üblen Geruch und einen sehr unangenehmen, laugigen Nebengeschmack. Die Ware musste als ungeniessbar angesehen werden.

Nach Art. 306 der Lebensmittelverordnung darf der Kaliumkarbonatzusatz im aufgeschlossenen Kakao höchstens 6% betragen. In den von uns untersuchten Mustern wurden 7,2 bis 7,7% Kaliumkarbonat (Pottasche) gefunden.

### Kraftnährkonzentrat

Ein vom Fabrikanten als wahres Wundermittel angepriesenes «Kraftnährkonzentrat» erwies sich bei der Untersuchung als ziemlich wertlos. Hauptbestandteil: Wasser = 67%; daneben 27,5% Rohrzucker, geringe Mengen Mineralstoffe, etwas Säure und ca. 3% Eiweissabbauprodukte, vom Typus der Suppenwürzen. Das Produkt stellt demnach zur Hauptsache ein mit Suppenwürze versetztes Zuckerwasser dar, welches zu einem unverschämt hohen Preis (ca. 100 Franken per Kilo) angeboten wird.

### Fliegen, welche im Wein umkamen

Von Zeit zu Zeit werden uns Flaschenweine eingesandt zur Abklärung der Ursache des in der Flasche entstandenen Depots. Meistens handelt es sich dabei um Weinstein, welcher im Laufe der Zeit ausgeschieden wurde. Bei Rotweinen wird oft auch ein Depot von Weinfarbstoff und Gerbstoff beobachtet. Beides sind durchaus normale Vorgänge, welche keinen Anlass zu Beanstandungen geben, weil dabei die Qualität des Weines sogar verbessert werden kann.

Ein ganz schlauer Konsument brachte letzthin eine angebrochene Flasche Johannisberger mit einem kleinen Rest Wein, in welchem sich «braune Gegenstände» befanden, «zwecks Umtausch» zurück. Eine mikroskopische Untersuchung der Rückstände hat ergeben, dass dieselben aus teilweise zersetzten Körpern von Fruchtfliegen (Drosophila) bestehen. Die Fliegen sind zweifellos von aussen durch den Flaschenhals in die angebrochene und offen stehengelassene Flasche gelangt und im Wein ertrunken. Die Reklamation war unberechtigt; angebrochene Flaschen mit Qualitätsweinen sollten nicht offen herumstehen.

*Rechts befindet sich der an schweizerische Vorbilder gemahnende Selbstbedienungsladen; im linken Gebäudeteil ist das Textil- und Schuhgeschäft untergebracht.*

# Ein moderner Selbstbedienungsladen vor den Toren Basels — in Deutschland

*Entstehung und Entwicklung einer deutschen Werk-Konsumgenossenschaft*

Der militärische und wirtschaftliche Zusammenbruch Hitlerdeutschlands im Jahre 1945 legte die schon vorher geschwächte Versorgungslage der Bevölkerung vollständig lahm. Die tägliche Sorge eines jeden Deutschen war damals die Beschaffung der Nahrung. Wenn sich auch die Alliierten sofort bemühten, die Situation im Ernährungssektor zu verbessern und auch die verschiedenen schweizerischen Hilfsorganisationen in vielen Einzelfällen Not lindern konnten, änderte sich in der Gesamtversorgungslage bis zur Währungsreform sehr wenig. Diese allgemeine Notlage brachte auch den Betrieben neue Aufgaben, obwohl diese durch die Ingangsetzung ihrer Produktion schon genug Sorgen hatten. Jede Firma steht und fällt mit der Leistungsfähigkeit ihrer Belegschaft, und deshalb durften keine Mittel gescheut werden, um den Arbeitnehmern neben dem Lohn auch Lebensmittel und andere Bedarfsartikel abzugeben.

Der Geschäftsleitung der Färberei und Appretur Schusterinsel GmbH. in Weil a. Rh. blieben diese Sorgen ebenfalls nicht erspart. Die Firma beschäftigte damals 600 Angestellte und Arbeiter (heute 1100), und es bedurfte einer speziellen Organisation, um die verfügbaren Waren gerecht zu verteilen. Jeder Arbeitnehmer erhielt pro geleistete Arbeitsstunde einen «Warenpunkt», mit dem im improvisierten Betriebsladen eingekauft werden konnte.

Nach der Währungsreform besserte sich die Versorgungslage zusehends, aber inzwischen waren die Deutschen arm geworden. Am 21. Juni 1948 verfügte jedermann nur über 40 neue Mark. Dass unter diesen neuen Verhältnissen der Werkladen immer noch dankbare Käufer hatte, versteht sich von selbst.

Als sich die Verhältnisse weiter besserten, beschloss die Geschäftsleitung, den internen «FAS»-Laden aufzulösen. Gleichzeitig mit diesem Beschluss wurde dem Betriebsrat vorgeschlagen, aus der Belegschaft heraus eine Werkgenossenschaft zu gründen. Die Idee war die, dass sich die Belegschaft im Sinne *genossenschaftlicher Selbsthilfe* zusammenschliesse und den Werkladen ausserhalb des Betriebes auf eigene Rechnung weiterführe.

Auf diese Weise würde sich bestimmt das Realeinkommen der Lohnverdiener verbessern lassen. Der Betriebsrat griff diesen Vorschlag freudig auf, um so mehr als sich die Firma bereit erklärte, eine vor dem Fabrikeingang sich befindende Brandruine wieder aufzubauen und dort der neuen Genossenschaft die notwendigen Ladenräume gegen Miete zur Verfügung zu stellen.

Unverzüglich wurden die Vorarbeiten aufgenommen, und der Verband württembergisch-badischer Konsumgenossenschaften erklärte sich bereit, die Werkgenossenschaft als Mitglied aufzunehmen, die heute sowohl dem Zentralverband (ZdK) als auch der Grosseinkaufsgesellschaft (GEG) deutscher Konsumgenossenschaften angeschlossen ist. Am 5. Februar 1949 wurde der Belegschaft

anlässlich einer Betriebsversammlung erstmals ein Vorschlag unterbreitet, der die Zustimmung aller Anwesenden fand.

Nach Ueberwindung der üblichen Schwierigkeiten mit Behörden und Detailhandel konnte am 24. März 1950 mit neun Mitgliedern die Genossenschaft gegründet werden.

Bei der Organisation des Lebensmittelgeschäftes und des Schuh-Textil-Geschäftes musste vor allem auf die Arbeitszeit der zukünftigen Mitglieder Rücksicht genommen werden. Man musste Stosszeiten miteinkalkulieren auf die Zeit vor Arbeitsbeginn und die Zeit nach Feierabend. Die Lösung des *Selbstbedienungsladens*, eine in Süddeutschland damals unbekannte Verkaufseinrichtung, drängte sich geradezu auf. An guten Beispielen von solchen modernen Geschäften fehlte es in Basel nicht.

*Blick in den Selbstbedienungsladen vom Eingang her.*

Schliesslich wurden die beiden Verkaufsgeschäfte der

*Selbsthilfegenossenschaft Belegschaft FAS e. Gen. mbH.*

am 20. Juni 1950 eröffnet.

Die nunmehr verwirklichte Idee verzeichnete von Anfang an einen unerwarteten Erfolg, wobei die moderne und saubere Verkaufstechnik, neben den günstigen Preisen, das ihre dazu beitrug. Selbstverständlich wurde auch in diesem Falle die Selbstbedienung viel diskutiert, und man hörte oftmals die Meinung, der deutschen Arbeiterschaft könne man so kurz nach dem Kriege nicht mit einem Selbstbedienungsladen aufwarten, die Verhältnisse in der Schweiz lägen doch ganz anders. Um so erfreulicher ist die Feststellung, dass dies nicht zutrifft.

Im Rumpfjahr 1950 erzielte die Selbsthilfegenossenschaft bereits einen Umsatz von *362 000 DM.*, eine für deutsche Verhältnisse ausserordentlich gute Leistung. Sie stellte sich damit im Durchschnitt an die Spitze von 21 Konsumgenossenschaften mit etwas mehr als 1000 Verteilungsstellen im Verbandsgebiet. Die Auszahlung einer 4%igen Rückvergütung an die 465 Mitglieder war deshalb schon auf das letzte Jahresende möglich. Der Gesamtumsatz wurde zu 71% durch die Genossenschafter und zu 29% durch Nichtmitglieder erzielt, wobei noch nachzutragen ist, dass nur Betriebsangehörige der Färberei und Appretur Schusterinsel GmbH. Genossenschaftsmitglieder und damit Ueberschussbeteiligte werden können.

*Die Charcuterie-Ecke ist nicht in die Selbstbedienung einbezogen, doch wird selbstverständlich am Ausgang abgerechnet.*

Dank der Tatsache, dass die von der Genossenschaft angewandten Preise eher etwas niedriger sind als die Preise der KG Lörrach und natürlich wesentlich unter denen des konkurrierenden Detailhandels liegen, dank der Tatsache auch, dass das Textilspezialgeschäft mit günstigsten Einkaufsbedingungen bei der Färberei und Appretur Schusterinsel rechnen kann, erwartet die Geschäftsleitung für das laufende Jahr einen Umsatz von *700 000 DM.*

Abschliessend sei erwähnt, dass die Stammfirma keinerlei Zuschüsse gewährt hat, abgesehen von einem Kredit.

Dieses Beispiel zeigt:

dass eine nach guten kaufmännischen Gesichtspunkten geführte kleine Genossenschaft lebensfähig ist;

dass der Selbstbedienungsladen auch in deutschen halbstädtischen Verhältnissen den Wünschen des Mitglieds entspricht, und

dass die Geschäftsleitung einer Firma viel für das Wohl ihrer Belegschaft tun kann, wenn die sozialen Probleme von der praktischen Seite her in Angriff genommen werden.

Sch.

# Werben und verkaufen eine Kunst

VIII.

## Der interessierte Verkäufer

*Von Privatdozent Dr. Paul Reiwald*

Zu den wichtigsten Werbemitteln eines Betriebes gehören seine Verkaufs*organisation* und seine *Methoden*, zu verkaufen. Jeder noch so kleine Laden unterscheidet sich in seinem Charakter von dem andern und in noch stärkerem Masse gilt das von den grossen Betrieben. Das ist um so merkwürdiger, als ja in vielen Geschäften genau die gleichen Waren zu haben sind, die sich weder durch Qualität noch durch Preise voneinander unterscheiden. Man braucht nur an Apotheken und Drogerien zu denken. Und doch herrscht in jeder Apotheke eine besondere Atmosphäre, die sie dem Publikum mehr oder minder anziehend erscheinen lässt. Da die Ware und der Preis den Unterschied nicht bedingen und sehr häufig auch nicht die Besonderheit der Lage, so bleibt hier tatsächlich nur eine Differenz, die zählt: das ist die stets verschiedene Art, in der der Apotheker und seine Gehilfen mit ihren Käufern umzugehen wissen. Ob sie es verstehen, die Käufer zu beraten, auf ihre Wünsche einzugehen, ob sie einen so starken persönlichen Kontakt schaffen können, dass sie auch über ihre Privatverhältnisse unterrichtet werden, all das begründet jenes eigentümliche *Klima*, von dem der mehr oder minder gute Gang des Geschäftes stark abhängt.

Nun ist der Betrieb einer Apotheke sicherlich in mancher Hinsicht ein Grenzfall. Für viele Geschäfte ist die Qualität ihrer Ware, die Art der Aufmachung massgebend. Trotzdem kann kein Zweifel bestehen, dass auf die Art des Verkaufens, auf die Beherrschung der Kunst, mit Käufern umzugehen, überall sehr viel ankommt.

Früher glaubten viele Betriebe sich gesichert, wenn sie eine sogenannte «Verkaufskanone» gefunden hatten. Auch heute ist selbstverständlich *der* Verkäufer, «der es versteht», sehr gesucht. Im ganzen aber hat man erkannt, dass der Verkäufer, der insbesondere für einen grösseren Betrieb tätig sein soll, einer Schulung bedarf, dass er sein «Fach» gelernt haben muss wie jeder andere. Dann allerdings muss jenes unwägbare persönliche Etwas hinzukommen, das eben das Verkaufen in einem bestimmten Sinne zur Kunst macht, zur *Kunst des Umgangs mit Menschen*. In Amerika, wo die gesamte Betriebswissenschaft so ausserordentliche Fortschritte gemacht hat und die «Systematik» des Verkaufens in einer Weise betrieben wird, von der man sich hier schwerlich eine Vorstellung macht, hat man das seit langem erkannt und die vollen Konsequenzen daraus gezogen. In den europäischen Industriestaaten schenkt man der Kunst des Verkaufens noch bei weitem nicht die Aufmerksamkeit, die sie verdient. In der Schweiz hat auf diesem Gebiet der V. S. K. mit der Schaffung einer Verkäuferinnenschule im Freidorf Pionierdienste geleistet.

Wie erzieht man nun zum guten Verkäufer? Es gibt nur einen Weg: man muss sein Interesse erwecken. Der interessierte Verkäufer, und nur der interessierte Verkäufer, ist *der* gute Verkäufer. Ich erinnere mich an den Verkäufer einer Brautausstattung. Er war so begeistert von den einzelnen Stücken, er streichelte jedes, als ob er sich nur schwer davon trennen könne, dass diese Stimmung sich ohne weiteres auf Mutter und Tochter, die den Einkauf machten, übertrug. Man hatte keineswegs den Eindruck, dass es sich um einen Geschäftstrick handle, er war wirklich verliebt in seine Ware.

Eine solche Einstellung ist natürlich nur in Sonderfällen möglich. Trotzdem bleibt es dabei, dass nur der interessierte Verkäufer gut verkaufen kann. Wie lässt sich nun in der Ausbildung Interesse wecken? Dabei ist zunächst zu beachten, dass das Interesse keineswegs unbedingt der Ware als solcher gelten muss. Es gibt genug Menschen, die im Verkehr und Verhandeln mit anderen Menschen als solchem eine lebhafte Befriedigung empfinden, die sich ohne weiteres auch auf den Käufer überträgt. Andere gibt es wieder, für die das Gesamte des Betriebes eine wichtige Rolle spielt. Sie sind stolz, ihm anzugehören und ihn zu vertreten. Von den verschiedensten Seiten aus lässt sich also das Interesse des Verkäufers wecken und wachhalten.

Voraussetzung bleibt natürlich immer eine genaue Kenntnis der Ware und ihrer Qualität. Der Verkäufer muss eine klare Uebersicht darüber haben, was vorhanden ist, was man dem Käufer eventuell ersatzweise anbieten und worauf man ihn zusätzlich hinweisen kann. Dabei hat aber die Beziehung zum eigentlichen Material, zum Stoff möchte man sagen, eine viel grössere Bedeutung als gemeinhin angenommen wird. In Parfümerien findet man zum Beispiel sehr häufig Verkäufer oder Verkäuferinnen, denen der Geruch und Duft der verschiedenen Parfüms und Essenzen ausserordentlich zusagt. Sie fühlen sich überhaupt erst wohl in der leicht parfümierten Luft und sind ganz zweifellos den Verkäufern, denen diese Vorliebe abgeht, überlegen.

Dass es sich hierbei um alles andere als «Kleinigkeiten» handelt, ist durch die Untersuchungen und Beobachtungen des Kantonalen Amtes für Berufliche Ausbildung in Bern bestätigt und erhärtet worden. Wir haben darauf bereits in anderem Zusammenhang hingewiesen. Zum Beispiel fühlte sich eine Verkäuferin

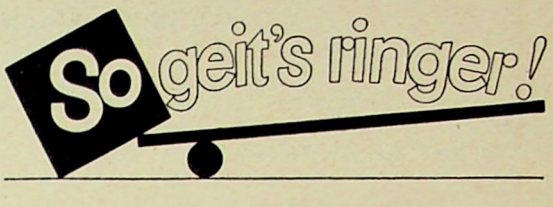
in einem Papiergeschäft unglücklich und sie gab die Schuld ihren Arbeitskolleginnen. Sie wurde beiläufig nach den Stoffen gefragt, die ihr gefielen und die für sie eine gewisse Anziehung hätten. Sie erwiderte, dass sie sehr gerne Leder röche. Daraufhin wurde ihr der Rat gegeben, es doch in einem Schuhgeschäft zu versuchen. Und tatsächlich machte sie hier ihren Weg.

Deshalb ist es bei der Ausbildung von Verkäufern so wichtig, ihnen nicht nur Warenkenntnis und bestimmte Methoden beizubringen, wie man mit Menschen umzugehen hat. Es ist ebenso wichtig, ihnen deutlich zu machen, dass ihr Interesse für dies oder jenes, dem sie vielleicht gar keine Beachtung schenken, für ihre Laufbahn bedeutsam sein kann und sie dazu bringen, an dieses Interesse anzuknüpfen. Man möchte das Bibelwort umkehren und sagen: Wo euer Herz ist, da ist euer Schatz, das heisst: Wo euer Interesse liegt, da müsst ihr ansetzen, mit ihm müsst ihr arbeiten!

Sehr häufig lässt sich das Interesse am Betrieb als solchem erwecken. In dieser Beziehung geschieht noch immer viel zu wenig. Gewöhnlich wird der einzelne und auch der Verkäufer «hinter den Ladentisch gestellt», ohne dass ihm klar gemacht wird, wie der Betrieb als Ganzes läuft. Das ist in jedem Fall ein grosser Fehler, der keinesfalls durch Mangel an Zeit entschuldigt werden kann. In Russland gibt es in den Fabriken die sogenannte «rote Ecke». Zu jedem Wochenanfang wird die Belegschaft dort zusammengerufen und erhält mit Hilfe von Statistiken und graphischen Darstellungen einen Begriff, wie die Leistungen gewesen sind, wie Nachfrage und Absatz sich gestalten, was die Fabrik im Vergleich zu anderen Fabriken leistet usw. Ein solcher Vortrag dauert 5 bis 10 Minuten. Es besteht gewiss kein Anlass, im allgemeinen kommunistische Methoden zum Vorbild zu nehmen. Aber diese Art, der Belegschaft einen Ueberblick über die Wirtschaftslage des Betriebes zu geben, und den einzelnen dadurch mit dem Ganzen zu verbinden und ihn zu interessieren, verdient ernsthafte Beachtung und könnte durchaus in vernünftiger Weise anregen. Das gilt besonders für den Verkäufer. Er sollte immer eine Vorstellung davon haben, was sein Betrieb leisten kann, wie die Konkurrenz arbeitet, welche günstigen und ungünstigen Verhältnisse vorliegen und wo etwaige Fehlerquellen zu suchen sind. Das erst macht den Verkäufer oder die Verkäuferin zum eigentlichen Mitarbeiter.

## Die Migros in Deutschland?

Zu unserer in der letzten Nummer erschienenen Notiz können wir heute auf Grund eines ausführlicheren Berichts in der deutschen «Lebensmittel-Zeitung» noch mitteilen, dass die «Schwäbische Hausfrauen-Hilfe» — wie sich das in Süddeutschland nach Grundsätzen der Migros aufgebaute Unternehmen nennt — vorläufig offenbar nicht daran denkt, eigene Läden — weder stehende, noch fahrende — zu eröffnen. Vielmehr ist beabsichtigt, den Mitgliedern allwöchentlich auf Grund von Bestellungen die benötigten Lebensmittel zuzuführen. Die «Lebensmittel-Zeitung» bezweifelt allerdings auf Grund ihrer fachlichen Erfahrungen, dass es möglich sein werde, trotz des vom üblichen Handel abweichenden Systems, Verbilligungen um 10—15% zu erzielen.




### Niemals müde sein!

Menschen, die an Schlaflosigkeit leiden, sind die bedauernswerten Opfer einer Krankheit. Aber gerade der gesunde Mensch fällt oft in Versuchung, sein Schlafbedürfnis zu verfluchen und sich zu wünschen, nie oder nur ganz selten schlafen zu müssen. — Doch Müdigkeit und Schlaf sind nicht dasselbe. Im Schlaf finden wir wirkliche Entspannung, Kräftigung und Erholung, während die Müdigkeit uns während des ganzen Tages umfassen kann. Müdigkeit ist jener Zustand, in dem man sich zu allem und jedem zwingen muss, in dem man am liebsten «überhaupt nichts» täte und in dem man sogar zu müde ist, um ins Bett zu gehen.

Dieser Zustand ist ohne Zweifel ein deutliches Zeichen für irgendwie krankhafte Störungen. In manchen Fällen hängt die Müdigkeit mit der Witterung zusammen, ihr Grund kann und muss aber auch im Befinden unseres Organismus gesucht werden. Nicht selten spielen die Verdauung und der Stoffwechsel eine grosse Rolle. Sehr oft aber haben wir es selbst in der Hand, diese unangenehme Erscheinung aus eigener Kraft zu überwinden; denn die Müdigkeit ist in den meisten Fällen auf eine mangelnde Aktivität der geistigen Tätigkeit zurückzuführen.

Willen und Wollen durch künstliche Mittel (stimulierende Getränke, Pillen, Pulver usw.) anzukurbeln, hat sich in der Praxis als falsch und gefährlich erwiesen. Nicht die Nerven sind es nämlich, denen wir im kritischen Moment einen mehr oder weniger kräftigen Stoss versetzen müssen, sondern dem denkenden Geist, den wir zu eingehenderer, präziserer Arbeit zwingen müssen, kommt die erste Bedeutung zu. Haben wir nämlich aus uns selbst heraus wieder das wache Interesse an unserer Arbeit, unserer Umgebung und unseren Verhältnissen gefunden, dann fühlen wir uns auch «obenauf», d. h. wir beherrschen unsere Situation wieder.

Sehr oft ist aber die Müdigkeit geradezu ein Zustand der Erschöpfung. Dann nämlich, wenn wir uns mit einer Arbeit oder einem Problem derart abgemüht haben, dass wir uns darin verkrampfen. In diesem Falle gibt es nur ein Mittel: fort davon! Obwohl immer wieder belächelt, ist gerade das Mittagsschläfchen ein ausgezeichnetes Mittel gegen die Müdigkeit, schafft es doch eine Viertelstunde der Entspannung und Erfrischung. Gleiche Wirkung kann aber auch ein kurzer Spaziergang oder eine Lieblingsbeschäftigung haben. In jedem Falle geht es schliesslich nur darum, sich selbst wieder zu finden und so aus sich selbst heraus auch die Kräfte zu finden, die es uns ermöglichen, unserer Tätigkeit nachzugehen.

Und noch ein Hinweis: man nehme die Müdigkeit — sofern sie nicht durch eine wirkliche körperliche oder geistige Krankheit bedingt ist — nicht zu tragisch. Schliesslich ist ja auch das Aufstehen am Morgen um so leichter, je entschlossener man das Bett verlässt! Gy.

# Die amerikanischen «Super Markets»

Die «Super Markets» — die grossen Lebensmittelgeschäfte — gehören heute zum amerikanischen Leben wie das Auto und der Fernsehapparat. «Shopping» — Einkaufen ist heute nicht mehr eine unangenehme Arbeit für die Hausfrau, sondern eine neue Art der Unterhaltung und Zerstreuung, obwohl die «Super» nur 5% der Lebensmittel-Verkaufsstellen darstellen, entfallen 35% des Umsatzes im Lebensmittelhandel auf sie. Dabei ist die Einrichtung der «Supers» noch sehr jung. 1930 eröffnete Michael Cullen in einem alten Fabrikgebäude in Long Island einen Lebensmittelladen, der alle Arten von frischer und konservierter Nahrung zu billigen Preisen verkaufte. Aus Kalifornien kommend, fand die Idee der «Supers» im Staate New York zuerst neue Anhänger und auch hier waren ihre Anfänge eher bescheiden.

Doch fast jeden Tag brachte neue Vervollkommung auf dem Gebiete des Lebensmitteldetailverkaufes in grossen Läden, und heute bemühen sich tatsächlich fast alle Besitzer von «Supers», die Käufer in eine möglichst angenehme und abwechslungsreiche Atmosphäre zu versetzen. Alle «Supers» verwenden das System der Selbstbedienung. Ausgedehnte Marktforschungen haben ergeben, dass die amerikanische Hausfrau, sich selbst überlassen, viel mehr einkauft, als ihr der geschickteste Verkäufer jemals verkaufen könnte. H. Zimmermann, Redaktor der Fachzeitschrift «Super Market Merchandising», erklärt diese Tatsache folgendermassen: «Wenn eine Frau in einen Laden geht, wo sie von einem Verkäufer bedient wird, hat sie oft Hemmungen, nach den Preisen der Waren zu fragen, oder sich die billigste Qualität auszusuchen. Im Supermarket ist sie ihr eigener Herr und niemand kümmert sich darum, was sie sich in ihrem Einkaufskorb aufstapelt.»

Die Selbstbedienung ist allerdings keine Spezialität der «Supers», sie wird auch in den kleinen Läden betrieben, wo sich der Käufer mit Fertigwaren selbst bedienen kann. Doch viele «Supers» sind heute so weit, dass sie das Prinzip der Selbstbedienung auch auf den Fleisch- und Gemüseverkauf ausgedehnt haben. Magische Türen (die sich selbsttätig beim Betreten der Schwelle öffnen), indirekte Beleuchtung, Musikbegleitung gehören heute schon zu den Selbstverständlichkeiten in den «Supers», auf die keiner mehr achtet. Doch verschiedene Besitzer gehen noch viel weiter, um einen immer höheren Umsatz zu erzielen. «The Groceteria» in Medford, Oregon, verleiht kostenlos Regenschirme an regnerischen Tagen. Ein «Super» in Wyoming hat einen *kostenlosen Taxiservice* für seine Käufer eingerichtet und der «Mayfair Market» in Englewood, Kalifornien, hat einen Dauerzirkus für die *Kinder* seiner Käufer eingerichtet.

**Die Reklame wendet sich überhaupt sehr oft an die Kinder.**

In Chicago gibt es verschiedene «Supers», denen Spielplätze mit geschultem Aufsichtspersonal angeschlossen sind, und wenn sich die Kinder dort wohlfühlen und wieder kommen wollen, ist der Laden seiner Käufer sicher. In vielen Läden werden die Kinder mit verschiedenen Geschenken bedacht, wie Luftballons, Schokolade oder Witzblättern. Verschiedene «Supers» haben auch «Hundehotels» angeschlossen, für die vierbeinigen Lieblinge der Käuferinnen, die so ungestört ihre Einkäufe machen können. Der immer noch wachsende Erfolg der «Supers» jedoch ist wahrscheinlich darauf zurückzuführen, dass man fast überall nicht nur Lebensmittel, sondern auch Drogen, Nylonstrümpfe, Schallplatten, Filme und andere, sehr gefragte Artikel kaufen kann. Manche «Supers» haben auch Abteilungen für Mode und veranstalten täglich mehrere «Modedefilés» bei Tanzmusik und Gratiskaffee. Andere «Supers» haben Milchbars und Lunchstationen eingerichtet, in denen sich die Hausfrau nach der ermüdenden Arbeit des Einkaufens erholen kann. Fast alle «Foods Markets» sind luftgekühlt, haben automatische Ventilation und alle verfügen über Parkplätze für die Autos der Käufer. In allen «Supers» kann man Qualitätsware neben billigen Durchschnittsprodukten bekommen. Gebeizte Fasanenbrüste zu 7 Dollars das Stück kann man genau so kaufen wie Kaugummi zu 2 Cents. Halbfertige Speisen, für die arbeitende Frau eine grosse Erleichterung, setzen sich immer mehr durch. Ice-cream, Milchprodukte und tiefgekühltes Obst und Gemüse gehören in jeden grossen Lebensmittelladen. (Ice-cream wird hier in grossen Packungen von 1 Pint [½ Liter] oder 1 Gallone [3,7 Liter] verkauft, ist eben sehr billig.)

Die meisten Waren werden in Packungen angeboten, auf denen nicht nur die genaue stoffliche Zusammensetzung, sondern auch der Vitamin-, Kalorien- und Mineralstoffgehalt angeboten ist. Dies spielt in der Beeinflussung des Käufers eine grosse Rolle, da hier fast jede Hausfrau diese Speisekarte nicht nur nach dem Geschmack der Familienmitglieder und den Möglichkeiten ihres Budgets plant, sondern auch auf die neuesten Erkenntnisse der Medizin und Diätetik Rücksicht nimmt.

Die «Supers» sind im allgemeinen stolz darauf, dass sie heute neben Kino und Sportplatz die beliebtesten Unterhaltungsstätten Amerikas geworden sind und so das notwendige Einkaufen mit Zerstreuung und Amusement für die Hausfrau verbunden haben.

Lisa Reldan, Chicago

## Bibliographie

**Eine begehrte Jugendzeitschrift** ist der von der Stiftung Pro Juventute herausgegebene «Schweizer Kamerad», mit dem der heranwachsenden Generation anregender Lesestoff in unaufdringlicher Art geboten wird. Der unter dem Patronat der Jugendschriften-Kommission des Schweiz. Lehrervereins monatlich erscheinende, reich illustrierte «Schweizer Kamerad» darf mit Recht als die schweizerische Jugendzeitschrift bezeichnet werden, die ohne eigenes Interesse nur dem Ziele dient, die Jugend für das Gute zu begeistern, den in jedem Kinde schlummernden Helferwillen sowie den Sinn für die aufbauenden und bildenden Werte in lebendiger Art zu wecken und zu stärken. Die naturkundlichen, geographischen und historischen Beiträge werden ergänzt mit spannenden Geschichten, praktischen Anleitungen zu Bastelarbeiten und lehrreichen Wettbewerben, die dem «Schweizer Kamerad» besonderen Wert zur nützlichen Gestaltung der Freizeit verleihen. Dieser Gesamteindruck wird auch durch das vorliegende Märzheft bestätigt.

Der «Schweizer Kamerad» ist, wie es der Name sagt, für die Schweizer Jugend bestimmt und sollte als die Monatszeitschrift für die 10- bis 14jährigen in jeder Familie anzutreffen sein. Der volkstümlich billige Preis von Fr. 5.— für ein Jahresabonnement von zwölf Heften ermöglicht den Kindern aller Kreise den Bezug des «Schweizer Kamerad». Abonnementsbestellungen können an das Zentralsekretariat Pro Juventute, Postfach, Zürich 22, gerichtet werden.

# Für die Praxis

## Wie fördern wir den Verkauf landwirtschaftlicher Produkte?

An der Arbeitstagung der Verwalter im Kreis VII ist dieses Thema ausgiebig behandelt und von E. Hungerbühler (LVZ) mit grosser Sachkenntnis erläutert worden. Der Gemüse- und Früchtehandel ist derjenige Sektor, der unsere Hausfrauen anziehen soll. Die für ihre Familie sorgende Hausfrau macht sich täglich von neuem ihre Ueberlegungen, wie und mit was sie ihr Menü zusammenstellen und bereichern soll. Der Konsumladen hat es in der Hand, ihr dabei behilflich zu sein, sie anzuregen, was sie bereiten und servieren kann. Vor allem geht es dabei um die Frage: welches Gemüse? Welche Voraussetzungen müssen vom Laden erfüllt werden?

1. Richtiggehendes Sortiment aller gangbaren und saisonmässigen Gemüsesorten und von Früchten.
2. Tadellose Präsentation in bezug auf Ausstellung und Sauberkeit dieser Artikel.
3. Ausstellung im Schaufenster (mit täglichem Wechsel), um die Hausfrauen in den Laden zu locken.

Sind diese Bedingungen erfüllt, werden wir auch im genossenschaftlichen Laden unsere regelmässigen Käufer haben, die gleichzeitig auch weitere Artikel einkaufen werden. Es ist mit Gemüse und Früchten wie mit dem Brot: die täglichen Brotkäufer sind zweifellos die besten Konsumenten.

*Brot und Gemüse sind folglich Schlüsselpositionen im Verkauf!*

Die obenerwähnten Voraussetzungen rufen aber noch weiteren Bedingungen, die ebenso erfüllt werden müssen, um einen flotten Verkauf dieser landwirtschaftlichen Produkte zu gewährleisten. Vor allem gilt: richtig anpacken! Dann wird auch die Obst- und Gemüseabteilung von einem Sorgenkind zu einem beachtlichen Umsatzfaktor. Dazu sind entscheidend: eine liebevolle Annahme dieser Produkte und Vermittlung von Qualität. Nur lückenhaftes Ausstellen ist nicht vorteilhaft, weil dies beim Käufer den Anschein erweckt, als hätte man nicht genügend Ware. Und was für den Erfolg massgebend ist:

*Obst und Gemüse gehören im Laden ins Blickfeld des Käufers!*

So ausgestellt, erübrigt sich eigentlich die Anpreisung dieser Artikel durch Inserate, es sei denn, man beabsichtige besondere Aktionen rechtzeitig und vorbereitend anzuzeigen. Vielfach genügt aber die Verwendung der «Schwarzen Tafel» beim Ladeneingang, die — gut leserlich — die Hausfrau auf unsere Angebote aufmerksam macht.

Diese Punkte bilden das eigentliche «Geschäftsreglement» für diese Produkte; sie sind die verkaufstechnische Grundlage. Was die *Verkäuferin* anbetrifft, so ist es unumgänglich, dass sie sich mit Hingabe des Gemüses und des Obstes annimmt. Die Sorgfalt bei der Behandlung und die Kenntnisse in dieser Branche müssen sich ergänzen. Noch mehr geschultes Verkaufs- (und Magazin-) Personal ist in unseren Läden vonnöten. Hingegen kann *die wirkliche Hingabe zu diesen Spezialprodukten zur eigentlichen Verkaufsschulung werden.*

Nur Ware, die wirklich frisch ist oder auf alle Fälle keinen verwelkten Eindruck macht, soll und darf ausgestellt werden. Alles andere bewirkt das gegenteilige Ergebnis. Vorsicht ist geboten bei Produkten, die am hellen Licht rasch ausschlagen. Nie darf sich eine Verkäuferin dazu verleiten lassen, den Kindern verwelktes Gemüse in den Sack zu stecken, denn die Mutter wird solches Tun rasch entdecken. *Die Frischhaltung von Gemüse* ist eine spezielle Aufgabe. Bekanntlich besteht Gemüse aus ca. 90—95% Wasser und leidet unter der Trockenheit ebenso rasch wie Blumen ohne Wasser. Jeden Abend muss das Gemüse im Schaufenster und das übrige, stark empfindliche, im Laden weggenommen und in den kühlen Keller verbracht werden. Die Storzen werden leicht beschnitten, um die Ansaugstelle zu befreien und neu aufnahmefähig zu machen.

Die äussern Blätter werden entfernt, denn auf diese hat die Trockenheit am meisten eingewirkt. Salat, Lauch, Fenchel usw. werden mit den Storzen nach unten in ein Blech gelegt, in das Wasser gegossen wird. Schwarzwurzeln und Meerrettich werden ganz ins Wasser getaucht. Kabis-, Kohl- und Blaukrautköpfe sind stets sanft zu behandeln und nicht umherzuwerfen, denn jede Schlagstelle zieht Fäulnis nach sich. Diese Stossflecken greifen um sich und stecken weitere Blätter an; sie sind deshalb sorgfältig mit dem Rüstmesser zu entfernen.

Gleichfalls bedarf das Obst (wie auch alle Südfrüchte) der täglichen Pflege und Kontrolle. Angesteckte Aepfel unter der schönsten Apfelpyramide im Schaufenster halten die Mitglieder vom Kaufen ab und sind überdies ein «Störungsherd» am schönsten und teuersten Platz des Ladens. Was die Hausfrau an Lebensmitteln einkaufen will, das weiss sie meistens zum voraus. Beim Gemüse (wie auch bei den Früchten) ist es hingegen so, dass sie mit den Augen einkauft, das heisst sie wird durch eine einladende Präsentation erst zum Kaufen veranlasst. Diese sich täglich wiederholende Feststellung muss auch den Konsumladen so weit bringen, jeden Tag von neuem eine anziehende Gemüse- und Obstecke zu arrangieren und dort die Ware hübsch geordnet und auffällig mit Preisen beschriftet auszustellen. Die Prophezeiung wird eintreffen, dass der *Umsatz täglich zunimmt.*

Coopticus

## Aus unserer Bewegung

**Grenchen.** Eine Freude ganz besonderer Art bot der AKG seinen Angestellten und Mitgliedern mit einer Fahrt per Extrazug nach dem sonnigen Süden, der *Isola Bella, Pallanza* und *Stresa*. Die Fahrt war durch die «Popularis» Bern in vorzüglicher Art organisiert und wurde in allen Teilen durch versierte Reisebegleiter bis zum Schluss reibungslos durchgeführt. Die SBB stellten für die 420 Reiseteilnehmer genügend und gutes Wagenmaterial und sogar einen Speisewagen zur Verfügung, so dass auch in dieser Hinsicht Gewähr geboten war, dass man sich während der ganzen Reise wohl fühlen werde.

Wir schätzen, dass 60% aller Teilnehmer zum ersten Mal nach dieser weltberühmten Gegend reisten und davon wiederum viele, die überhaupt noch nie im Ausland waren. Welch eine Freude leuchtete auf allen Gesichtern, als ein prächtiger Sonntag ins Land zog und sich unsern Augen das langsam vom Winterschlaf erwachende Berner Land darbot, dann der tiefblaue Himmel über dem frischverschneiten Kandersteg und jenseits des Simplons, immer mehr Anzeichen eines neuen Frühlings: Blühende Pfirsich- und Pflaumenbäumchen, Frühlingsblumen längs der Bahn und endlich der schöne Langensee mit den bekannten Inseln. Von Baveno führte uns der Dampfer «Piemonte» nach der Isola Bella, wo uns durch Führer der Palast und die Gärten gezeigt wurden. Nicht geringere Anziehungskraft übten aber auch die vielen Verkaufsstände mit Reiseandenken aus, galt es doch, die gekauften Lire mehr oder weniger nützlich zu verwerten. Kein Hasten und Jagen — immer stand genügend Zeit zu unserer Verfügung. Selbst einige drohende Wolken und ein paar Regentropfen vermochten die gute Stimmung nicht zu stören, und so begaben wir uns in zwei Gruppen nach der Landung in Pallanza zum Mittagessen in zwei führende Hotels, wo das Essen rasch und reichlich serviert wurde. Inzwischen hatten sich die Wolken verzogen und strahlende, warme südliche Sonne brachte unsere sonnenhungrigen Gemüter wieder in Schwingung, bis es Zeit war, um 16 Uhr wieder mit dem gleichen Dampfer nach Stresa zu fahren. Hier sahen wir uns das sonntägliche Leben (und eben durchfahrende Velorennfahrer) an, um uns wieder an die Bahn zur Heimfahrt zu begeben.

Eine solche Fahrt lässt sich mit den heutigen Verkehrsverbindungen recht gut in einem Tag durchführen, ohne dass jemand gehetzt werden muss und wobei doch bestimmt für alles Sehenswerte genügend Zeit zur Verfügung steht.

Anstelle der seit einigen Jahren üblichen Theater- oder Operettenveranstaltungen mit verbilligtem Eintritt wurde an die Mitglieder mit mindestens 1000 Franken eingeschriebenem Warenbezug ein Beitrag von 5 Franken an die ohnehin niedrigen Kosten von 33 Fr. geleistet, was dankbar vermerkt wurde. O. B.

**Lachen.** Der Konsumverein Lachen wird Ende April seine sechste Filiale in Tuggen eröffnen. Der schöne und neuzeitlich eingerichtete Laden soll die Bevölkerung dieses bis jetzt noch nicht bearbeiteten Neulandes zu guten Mitgliedern der Genossenschaft heranreifen lassen.

Der Hauptladen in Lachen selbst hat ebenfalls eine Neuerung erfahren durch den Einbau neuester Korpusse und Kühlanlagen.

Ab 21. April führen die beiden Vereine Jona und Lachen zwei Werbewochen für Co-op Schokoladen durch. Die grossen Erfolge der verflossenen beiden Jahre waren sehr erfreulich für unsere Eigenmarke.

Am Mittwoch, den 18. April, fand in Rapperswil ein Instruktionsvortrag von Fräulein Liny Eckert statt. s

**Schwanden.** Der Konsumverein Schwanden, der im letzten Jahre seinen 85. Geburtstag hat feiern können, kann für das Jahr 1950 auf einen Umsatz von 1.54 Millionen mit seinen 1357 Mitgliedern hinweisen. Gegenüber 1949 ist ein leichter Rückgang eingetreten. Insgesamt weist die Generalbetriebsrechnung Kosten von nicht ganz 200 000 Franken aus, wobei an oberster Stelle die Personalkosten mit 126 000 Franken stehen, gefolgt von den Raumkosten mit 27 500 Franken.

In der Bilanz figurieren die kurzfristigen Betriebswerte mit 152 000 Franken, worunter 87 000 Franken Wertschriften. Mittelfristige Betriebswerte werden ausgewiesen mit 244 500 Franken (Warenlager), langfristige mit 25 600 Franken (Beteiligungen). Die Immobilien stehen mit 285 000 Franken zu Buch.

Unter Fremdkapitalien figurieren Mitgliederguthaben im Betrage von gegen 460 000 Franken und Hypotheken mit 118 000 Franken. Der Reservefonds erreichte 130 000 Franken, die Anteilscheine gegen 13 000 Franken.

Den Mitgliedern können in Form der Rückvergütung 124 700 Franken ausgerichtet werden.

## Genossenschaftliches Seminar
(Stiftung von Bernhard Jaeggi)

### Kurs für Ladenkontrolleure und Personalchefs

vom 10. bis 12. Mai 1951
im Genossenschaftshause des Freidorfes bei Basel.

**Donnerstag, 10. Mai 1951**

| | |
|---|---|
| 9—12 Uhr | Herr Emil Oesch, Organisator, Thalwil (Zch.): «Führung, Schulung und Erziehung des Genossenschaftspersonals». |
| 14—15.45 Uhr | Herr Werner Bleile, Chefstellvertreter der Treuhandabteilung V. S. K.: «Ladenabrechnungen». |
| 16—17.45 Uhr | Herr Dr. Leo Lejeune, jur. Mitarbeiter der Rechtsabteilung des V. S. K.: «Der Anstellungsvertrag und seine rechtliche Seite». |

**Freitag, 11. Mai 1951**

| | |
|---|---|
| 9—12 Uhr | Im Atelier der Dekorationsabteilung V. S. K.: «Schaufenster-Propaganda». |
| nachmittags | Schaufenster-Besichtigung in der Stadt Basel. Besuch von Selbstbedienungsläden des ACV beider Basel. |

**Samstag, 12. Mai 1951**

| | |
|---|---|
| 9 Uhr | Herr Franz Warthmann, Ladenkontrolleur des ACV beider Basel: «Manki und ihre Verhütung». Freie Diskussion. |
| 12 Uhr | Schluss des Kurses. |
| nachmittags | Eventuell Besuch der Buchdruckerei V. S. K. |

**Kosten:** Beitrag an Verpflegung und Unterkunft: Fr. 3.50 pro Tag.

Kursteilnehmer, die kein Zimmer im Freidorf benötigen, können die Mahlzeiten im Café-Restaurant Freidorf gegen folgende kleine Entschädigungen einnehmen: Fr. 2.— für ein Mittagessen, Fr. 1.50 für ein Nachtessen.

Anmeldungen (unter Angabe, ob Unterkunft im Freidorf gewünscht wird) sind sobald wie möglich, **spätestens aber bis Ende April 1951** dem Sekretariat des Genossenschaftlichen Seminars Freidorf, Postfach Basel 2, zu übermitteln.

### Kurse für diplomiertes Verkaufspersonal

1. *Grundkurs nach Lehrabschluss*

Für alle diejenigen jungen Verkäuferinnen, die ihre Berufsschulpflicht nicht im Genossenschaftlichen Seminar Freidorf absolvieren konnten, veranstalten wir in Zukunft *spezielle Grundkurse nach Lehrabschluss*. Diese sollen die Lücke ausfüllen, die für die Genossenschaftsverkäuferinnen in der Ausbildung an den kantonalen Berufsschulen besteht.

*Fächer:* Genossenschaftskunde, Verkaufskunde für den Genossenschaftsladen, Warenkunde (Probleme der Lagerhaltung), Inventur, Betriebsbesichtigung.

a) vom 21.—26. Mai 1951
b) vom 11.—16. Juni 1951.

*Kosten:* Beitrag an Verpflegung und Unterkunft: Fr. 2.50 pro Tag.

2. *Kurse mit Hauswirtschaft*

a) für 2. Verkäuferinnen (bereits besetzt): vom 16. Mai bis 5. Juni 1951;
b) für 1. Verkäuferinnen (nur noch 2 Plätze frei): vom 11.—30. Juni 1951;
c) Zweimonatskurse für diplomiertes Verkaufspersonal:
   a) vom 6. August bis 30. September 1951;
   b) vom 22. Oktober bis 15. Dezember 1951.
   (Beide Kurse bereits besetzt.)

*Fächer:* Hauswirtschaft (Theorie und Praxis), Genossenschaftskunde, Verkaufskunde, Warenkunde, Betriebslehre, Personalführung und Rechtskunde.

*Kosten:* Beitrag an Verpflegung und Unterkunft: Fr. 2.50 pro Tag.

3. *Kurse ohne Hauswirtschaft*

Für 1. und 2. Verkäuferinnen:

a) vom 4.—9. Juni 1951;
b) vom 8.—13. Oktober 1951.

*Kursprogramm:* Die Bedeutung des Genossenschaftswesens in der schweizerischen Volkswirtschaft; die genossenschaftliche Eigenproduktion; praktische Verkaufsübungen; Warenkunde der Eigenprodukte; Betriebslehre (Kontroll- und Bestellwesen); Betriebsbesichtigungen.

*Kosten:* Beitrag an Verpflegung und Unterkunft: Fr. 2.50 pro Tag.

### Kurs für angehende Hausfrauen

*Mit Hauswirtschaft, vom 2.—14. Juli 1951*

*Lehrplan:*

a) Theorie: Hauswirtschafts- und Ernährungslehre (Budget und Buchführung für die Hausfrau); Genossenschaftskunde für die Hausfrau; Waren- und Wirtschaftskunde für die Hausfrau; Rechtsfragen (Familienrecht); Erziehungsfragen.
b) Praxis: Besorgung sämtlicher Hausarbeiten: Kochen; Nähen, Flicken und Ändern; Waschen und Bügeln; Handarbeiten, Herstellung sinnvoller Kinderspielzeuge und allgemeine Freizeitbeschäftigung.

*Kursgeld:* Total Fr. 50.— (inklusive Verpflegung und Unterkunft). (Nur noch 2 Plätze frei.)

Anmeldungen zu allen noch nicht besetzten Kursen bitte *raschmöglichst* an das Sekretariat des Genossenschaftlichen Seminars Freidorf/Muttenz.

### Kurs für Verwalter

von Vereinen mit einem Umsatz bis 1,5 Millionen Franken: vom 29. bis 30. Juni 1951
von Vereinen mit einem Umsatz über 1,5 Millionen Franken: vom 2. bis 3. Juli 1951
im Genossenschaftshause des Freidorfes bei Basel.

PROGRAMM:

*«Führung, Schulung und Erziehung des Genossenschaftspersonals»*

Referent: Herr Emil Oesch, Organisator, Thalwil (Zch.).

*«Sie fragen — wir antworten»*

Die Kursteilnehmer sind gebeten, die sie interessierenden betriebstechnischen, juristischen und steuerrechtlichen Fragen bis *spätestens 20. Juni* der Seminarleitung zu unterbreiten.

*«Eine Stunde Verkaufstraining»*

Leiter: Fräulein Liny Eckert, Lehrerin am Genossenschaftlichen Seminar Freidorf; Herr Erwin Horlacher, Direktionsmitglied des Lebensmittelvereins Zürich.

*«Koordination der Warenpropaganda»*

Referent: Herr Adolf Engesser, Chef der Dekorationsabteilung V. S. K.

*«Fragen der Praxis»*

Kurzreferate von Verwaltern (je 5 Minuten) als Diskussionsgrundlage.

*Kosten:* Beitrag an Verpflegung und Unterkunft: Fr. 3.50 pro Tag.

Kursteilnehmer, die kein Zimmer im Freidorf benötigen, können die Mahlzeiten im Café-Restaurant Freidorf gegen folgende kleine Entschädigungen einnehmen: Fr. 2.— für ein Mittagessen, Fr. 1.50 für ein Nachtessen.

Anmeldungen (unter Angabe, ob Unterkunft im Freidorf gewünscht wird) sind sobald wie möglich, *spätestens aber bis Ende Mai 1951* dem Sekretariat des Genossenschaftlichen Seminars Freidorf, Postfach Basel 2, zu übermitteln.

## Zentralverwaltung

### Delegiertenversammlung des V. S. K.

vom 2. und 3. Juni 1951, in Genf

Wir ersuchen die Verbandsvereine, die sich an unserer Delegiertenversammlung beteiligen wollen, die gewünschte Anzahl Tagungskarten mittels beigelegten Anmeldeformulars der Société coopérative suisse de consommation Genève **bis spätestens 5. Mai** aufzugeben.

Wir machen noch darauf aufmerksam, dass, gemäss den Verbandsstatuten, der V. S. K. für je einen Delegierten von jedem Verbandsverein, sofern derselbe nachweisbar an allen Sitzungen der Delegiertenversammlung teilnimmt, eine Entschädigung in der Höhe von Fr. 20.—, zuzüglich der Auslagen für ein Retourbillet III. Klasse, bezahlt.

## Arbeitsmarkt

### Angebot

Wir suchen für unser neuzeitlich und modern eingerichtetes Hauptgeschäft tüchtige, branchenkundige **Verkäuferin** der Lebensmittelbranche. Geregelte Arbeitszeit. Freitag. Offerten mit Gehaltsangabe und Beilage von Zeugniskopien und Photo sind zu richten unter Chiffre 1.10/4 an die Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

Wir suchen für unsern Hauptladen eine **1. Verkäuferin** oder eine, die sich als solche ausbilden möchte. — Lebensmittel, Manufakturwaren, Schuh- und Geschirrwaren. — Eintritt nach Uebereinkunft. Offerten mit Lohnansprüchen nimmt die Konsumgenossenschaft Schwarzenburg (Bern) entgegen.

Junge, arbeitsfreudige **Verkäuferin**, mit Branchenkenntnissen in Lebensmitteln, Textil-, Schuh- und Haushaltwaren, sucht Stelle in einem mittelgrossen Konsumverein. (Fähigkeitsausweis: Note 1,3.) Eintritt anfangs Juni 1951 oder nach Uebereinkunft. Offerten sind zu richten unter Chiffre 1.10/2 an die Inseratenagentur R.-C. Mordasini, Genf, rue du Marché 18.

Junger strebsamer **Kaufmann** mit Handelsdiplom sucht Stelle als Volontär auf Büro oder eventuell auch als Verkäufer-Magaziner. Eintritt wenn möglich sofort. Offerten sind zu richten unter Chiffre 110/3 an die Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

Zwei Deutschschweizerinnen mit gut abgeschlossener Lehre suchen im Welschland auf 1. Juni 1951 Stellen als **Verkäuferin**. Bevorzugt wird Konsumverein in städtischen Verhältnissen, wo beide möglichst im gleichen Verein oder Ortschaft angestellt werden könnten. Sprachkenntnisse und Abschlusszeugnisse vorhanden. Offerten sind erbeten an Konsumverein Reinach-Menziken, Filiale Unterdorf, Gontenschwil (Aargau).

Junger Welschschweizer sucht Stelle in Büro und Verkauf, um sich in der deutschen Sprache zu vervollkommnen. Handelsdiplom mit speziell buchhalterischen Fähigkeiten. Gute Referenzen. Offerten unter Chiffre 1.11/1 an Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

Junge tüchtige Verkäuferin sucht Stelle als Zweite in Lebensmittelgeschäft. Nähe Aarau bevorzugt. Eintritt sofort oder nach Uebereinkunft. Offerten mit Lohnangaben sind zu richten unter Chiffre 1.11/2 an Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

### Nachfrage

Konsumgenossenschaft im Kanton Bern sucht auf Ende Mai tüchtigen **Bäcker-Konditormeister**, der in der Lage ist, einer gutgehenden Bäckerei und leistungsfähigen Konditorei vorzustehen. Verlangt wird zielbewusster Organisator, der fachlich gut ausgebildet ist und für eine straffe, aber gute Personalführung Gewähr leistet. Geboten wird Dauerstelle, guter Lohn mit Pensionsberechtigung.

Ebenfalls auf Ende Mai sucht die gleiche Genossenschaft einen tüchtigen jungen **zweiten Bäcker-Konditor**, der in der Lage ist, in beiden Fächern selbständig zu arbeiten. Geboten wird Dauerstelle, guter Lohn, Pensionsberechtigung.

Offerten mit Lohnansprüchen und Zeugnissen sind zu richten bis 22. April 1951 an Herrn Hans Luder, Präsident der Konsumgenossenschaft Niederbipp und Umgebung, Niederbipp.

### Tarif der Kleinen Anzeigen

*15 Rp. pro Wort*

Wie bestellen Sie eine «Kleine Anzeige»? Zahlen Sie den der Anzahl Wörter entsprechenden Betrag auf das Postcheckkonto I 7416 an die Annoncenagentur R.-C. Mordasini, Genf, rue du Marché 18, ein. Den Text Ihrer Anzeigen schreiben Sie deutlich auf die Rückseite des Einzahlungsscheines. Bei Anzeigen unter Chiffre ist Fr. 1.— beizufügen.

## Kreis IIIb (Oberwallis)

### Einladung zur Frühjahrskonferenz

**Donnerstag, den 10. Mai 1951, vormittags 9.30 Uhr, im Gemeindesaal in Termen.**

TRAKTANDEN:

1. Appell und Wahl der Stimmenzähler.
2. Protokoll der Herbstkonferenz.
3. Rechnungsablage und Bericht der Revisoren.
4. Wahl des Kreisvorstandes und der Rechnungsrevisoren.
5. Traktanden des V. S. K. (Referent: Herr Direktor P. Seiler):
   a) Besprechung des Jahresberichtes und der Jahresrechnung des V. S. K. pro 1950;
   b) Traktanden der Delegiertenversammlung vom 2./3. Juni 1951 in Genf.
6. Bestimmung des Ortes für die Herbstkreiskonferenz.
7. Allfälliges.

Namens des Kreisvorstandes IIIb,

Der Präsident: **A. Carlen**
Der Aktuar: **L. Eggel**

**INHALT:**


| | Seite |
|---|---|
| *Vom Tage* | 213 |
| *Versicherungsanstalt schweiz. Konsumvereine (VASK)* | 214 |
| *Rückvergütung und aktive Preispolitik* | 215 |
| *CWS-Umsatz 1950* | 216 |
| *Die Genossenschaftsarbeit in den arabischen Dörfern* | 217 |
| *Herr Alt-Ständerat Dr. Iten und die Monopolgesetzgebung* | 217 |
| *Der Mensch lebt nicht vom Brot allein* | 218 |
| *Vor neuen Erfolgen der Ernährungschemie* | 219 |
| *Aus der Tätigkeit des Laboratoriums V.S.K. im Jahre 1950* | 219 |
| *Ein moderner Selbstbedienungsladen vor den Toren Basels — in Deutschland* | 220 |
| *Der interessierte Verkäufer* | 222 |
| *Die Migros in Deutschland?* | 223 |
| *Niemals müde sein* | 223 |
| *Die amerikanischen «Super Markets»* | 224 |
| *Bibliographie* | 224 |
| *Wie fördern wir den Verkauf landwirtschaftlicher Produkte?* | 225 |
| *Aus unserer Bewegung* | 226 |
| *Kurs für Ladenkontrolleure und Personalchefs* | 226 |
| *Kurse für diplomiertes Verkaufspersonal* | 226 |
| *Kurs für angehende Hausfrauen* | 227 |
| *Kurs für Verwalter* | 227 |
| *Zentralverwaltung: Delegiertenversammlung des V. S. K.* | 227 |
| *Arbeitsmarkt* | 228 |
| *Kreis IIIb: Einladung zur Frühjahrskonferenz* | 228 |



Druckerei und Administration: Basel, St.-Jakobs-Strasse 175, Postfach Basel 2

Inseratenannahme:
Inseratenagentur R.-C. Mordasini, Genf, rue du Marché 18
Telephon (022) 5 10 54

Insertionstarif:
Annoncen 60 Rp. per Millimeter bei 40 mm Breite
Reklamen Fr. 1.50 per Millimeter bei 83 mm Breite
Kleine Anzeigen 15 Rp. per Wort, Inserate unter Chiffre Fr. 1.— Zuschlag